

CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA



**SEGUIMIENTOS A POA
OCT-DIC 2019
GERENCIA
COMERCIAL**


CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO OCT - DIC

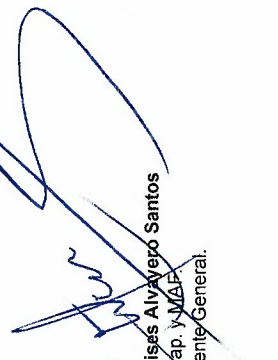
GERENCIA COMERCIAL
 DEPARTAMENTO DE VENTAS
 PERIODO: CUARTO TRIMESTRE OCT - DIC 2019

No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	META ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA	Meta Programada	Meta Ejecutada	% de Ejecucion	OBSERVACIONES
1	Planificar, Organizar, Dirigir y Monitorear la gestión y seguimiento efectivo a las ventas que permita el alcance de las metas y objetivos institucionales	3	Sostener reunión de trabajo con Jefes de las diferentes Sucursales del CEFAFA	12	Actas	3	2	67 %	En coordinación con las Sucursales y coordinadores se realizan reuniones de ventas para buscar el incremento de las ventas.
		4	Verificar el cumplimiento del POA	4	Documento	1	1	100 %	En coordinación con los coordinadores.
		1	Realizar supervisiones a las diferentes sucursales, enfocadas a mejoras de abastecimiento, atención al cliente e imagen sucursal.	288	Informes	72	65	94 %	Las supervisiones serán ejecutadas por los coordinadores como mínimo dos veces por semana, elaborando un informe por Sucursal mensual.
2	Monitorear el cumplimiento de las Metas	2	Dar el seguimiento a los requerimientos periodicos de las sucursales, elaborar solicitudes de compra y verificar el oportuno abastecimiento a las necesidades de las salas.	12	Informes	3	3	100 %	Esta labor será desarrollada por el área de analisis de demanda.
		3	Realizar un análisis del cumplimiento de las metas de ventas mensuales de las Sucursales	12	Informes	3	3	100 %	Segun metas de ventas 2019 en este cuarto periodo tenemos un 78% de cumplimiento de la meta de venta
		4	Realizar capacitaciones con proveedores y jefes de farmacia, a fin de conocer sobre los productos que se comercializan.	12	Informes	3	3	100 %	En coordinación con diferentes proveedores se realizan capacitaciones mensuales para una mejor comercialización de los productos en el punto de venta.
3	Realizar actividades orientadas al desarrollo del personal de Sucursales	2	Capacitaciones para Jefes y Dependientes de Servicio al cliente y sobre otros conocimientos.	6	Informes	1	1	100 %	En coordinación con los coordinadores comerciales y Jefe de Ventas
		4	Realizar evaluaciones sobre el cumplimiento en aspectos de asuntos regulatorios por parte de la DNM.	12	Informes	3	2	67 %	Esta labor es desarrollada por los regentes externos, reportandolo a los coordinadores comerciales
				358					

Elaborado por:

Lidia Arnoldo Carpio Paniagua
 Jefe de Ventas Comerciales en Funciones

Revisado:

Lidia Xochilt de Parada
 Gerente Comercial

Autorizo:

Edgar Moisés Alva Vero Santos
 Cap. y M.C.F.
 Gerente General.





INSTITUTO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: OCT-DIC 2019

GERENCIA: COMERCIAL
 AREA: DEPARTAMENTO DE COMPRAS COMERCIALES
 PERIODO: 2019

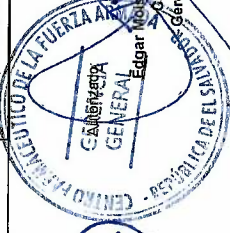
No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	% DE EJECUCIÓN	OBSERVACIONES
1	Realizar las compras de medicamentos, insumos médicos y productos de conveniencia, negociando con los proveedores la condición en la compra para mantener o mejorando la rentabilidad de los productos adquiridos.	1	Recibir solicitudes de compras de análisis de demanda	Reporte	500	100%	El abastecimiento a las sucursales está siendo acorde a las demandas de las mismas y en respuesta al informe de venta perdida; asimismo, se ha solicitado la redistribución de los productos de baja rotación.
1		2	Solicitar cotizaciones a los proveedores	Reporte	750	100%	Se realizaron igual número de solicitudes de cotización a los proveedores referente principal la demanda.
1		3	Recibir y Evaluar las cotizaciones que cumplan con las condiciones de compras requeridas en las solicitudes.	Reporte	500	100%	En promedio se reciben dos cotizaciones para evaluar la mejor oferta.
1		4	Realizar proceso de Compras Comerciales y ejecución del Presupuesto asignado a Compras Comerciales.	Asignación Presupuestaria	3	100%	Se ha manejado un control presupuestario para determinar las compras comerciales, a fin de priorizar los requerimientos según la demanda de las sucursales (venta).
2	Adquirir productos nuevos para el abastecimiento de las Sedes de Ventas en coordinación con ventas, mercadeo y análisis de demanda	1	Procesar formularios de productos nuevos, analizados por diferentes áreas	Informes	8	100%	Se han incorporado nuevos productos los cuales han sido requeridos en el informe de venta perdida, asimismo productos que son comercializados en las otras cadenas de farmacias y CEFAFA aún no contaba con estos.
3	Realizar negociaciones estratégicas-comerciales, con los proveedores, fin de mejorar los precios, estrategias en el mercado, porcentajes de descuento que permitan un mayor margen de rentabilidad en los Productos.	1	Realizar reuniones periódicas con los proveedores para mejorar precios, escalas de bonificaciones, porcentajes de descuentos que generen mayor rentabilidad	Informes	6	100%	Se ha realizado presentación de nuevos productos, actualización de catálogo de productos, ampliación del banco de proveedores
3		2	Instaurar una alianza comercial que permita trasladar beneficios adicionales a los consumidores.	Actas	3	100%	Se han realizado activaciones con programas de fidelización de los laboratorios para beneficiar a los consumidores, mejoras en las escalas de descuentos y bonificaciones.
4	Realizar un registro de datos que nos permitan tener opciones de compras.	3	Buscar solucionar problemas referente a productos pronto a vencerse, asimismo aquellos que no han sido rotados en los últimos 3 meses.	Actas	4	100%	Se han coordinado devoluciones con los proveedores a fin de realizar cambio por cambio de productos o devolución de productos antes del cumplimiento de la política de devolución
4		1	Incrementar y mantener actualizado el banco de los proveedores para tener más opciones de compra.	Informes	1	100%	Se ha realizado actualización de banco de proveedores para ampliarlo y contar con más opciones
5	Realizar digitalización de archivo de expediente de ordenes de compra	1	Mantener en digital y físicamente los expedientes completos de las ordenes de compras generadas por mes y por correlativo.	Reportes	3	100%	Se han mantenido por digitalizado y físicamente los expedientes completos de las ordenes de compras generadas por correlativo por mes.



Elaborado:
 Carolina Manríquez Renteros
 Farmacóloga en Salud
 Analista de Compras



Revisado:
 Kenia Jochit Avellar de Parada
 Licda.
 Gerente Comercial

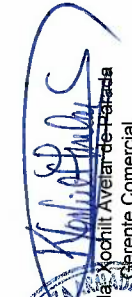


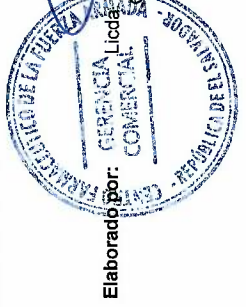
Edgar Morales Avayero Santos
 Gerente General

CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: OCTUBRE-DICIEMBRE 2019

GERENCIA: COMERCIAL

N°	Objetivo	Actividad	Unidad de Medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Coordinar, ejecutar y controlar todas las actividades comerciales planificadas por los Departamentos de la Gerencia Comercial y verificar que cuenten con las herramientas e insumos necesarios para el cumplimiento de las metas de venta, durante el 2019.	<p>Efectuar el seguimiento de las actividades del POA de cada una de las áreas que conforman la Gerencia Comercial</p> <p>Coordinar y monitorear la ejecución de estrategias de venta que promuevan una proyección de crecimiento eficaz, a través de analizar con clientes corporativos y/o convenios comerciales. Además, hacer un seguimiento eficaz y oportuno al cumplimiento de la meta de ventas establecida para las Sucursales del CEFAFA.</p> <p>Efectuar acciones comerciales que promuevan la fidelización de clientes actuales y nuevos con lo cual se obtenga el posicionamiento de la marca CEFAFA.</p> <p>Coordinar la incorporación de productos nuevos que amplíen el inventario del CEFAFA para la entrega oportuna a la necesidad de clientes, así como coordinar un abastecimiento eficiente que genere mayor nivel de ventas en las sucursales.</p> <p>Efectuar el seguimiento de estandarización de imagen externa de sucursales del CEFAFA para nuevas sucursales.</p> <p>Coordinar y monitorear las acciones para la estandarización de imagen interna de todas las sucursales del CEFAFA.</p> <p>Efectuar negociaciones con proveedores, a fin de obtener un mayor margen de rentabilidad para el CEFAFA.</p> <p>Elaborar y proponer a la Gerencia General y Consejo Directivo proyectos o estrategias de aperturas o reubicación de Sucursales.</p>	Informe Informe Informe Informe Informe Informe Informe	1 1 3 1 1 3 1	1 1 3 1 1 3 1	100% 100% 100% 100% 100% 100% 100%	<p>Se dio el seguimiento de acuerdo a lo planificado por cada uno de los Departamentos de la Gerencia Comercial, de octubre a diciembre del 2019.</p> <p>Ejecutado según lo planificado con el Depto. de Ventas Corporativas, se logró un crecimiento en ventas de 4.2% vs el mismo periodo del 2018; importante participación en ventas del ISSS. En la venta comercial se ha hecho un monitoreo constante de las ventas para medir su desempeño y en el cuarto trimestre del 2019 se ha cumplido con el 86% de la meta de ventas establecida para el segundo semestre 2019.</p> <p>Elaboración de pautas publicitarias televisión (canal 21) así como en medios alternativos Facebook e Instagram; promociones especiales con productos en descuento en octubre (mes del cáncer de mama), se realizó una campaña altruista de donación de cabello con la Fundación ("Lo cuidé para ti"), etc. Realización de Jornadas Médicas en coordinación con Ventas Corporativas y Comerciales; activaciones de marca, etc. El departamento de Mercadeo realizó sondeos de precios de la competencia para ejecutar la "Estrategia de Precios". Participación en evento VASTATOR el 16NOV en CIFCO con la Federación de Artes Marciales Mixtas</p> <p>Ejecutado a través de "Compras Comerciales" en coordinación con Mercadeo y Ventas, realizando la incorporación de códigos de productos nuevos entre medicamentos y productos de conveniencia; se ha incrementado la frecuencia de despachos del Departamento de abastecimiento a las Sucursales. Se realizó un análisis completo del inventario.</p> <p>Se ha utilizado el nuevo diseño y colores del logo del CEFAFA, en material de publicidad escrita y redes sociales, a fin de posicionario en la mente de los clientes.</p> <p>De acuerdo a la prioridad de ejecución autorizada por Consejo Directivo para la mejora de las Sucursales del CEFAFA, se realizaron en el último trimestre los proyectos de pintura externa de BESM y los cambios de rótulo con el nuevo diseño y colores de Ilopango, EMCFA y BESM.</p> <p>Ejecutado a través del Departamento de Compras Comerciales, mediante reuniones con diferentes proveedores para gestión de descuentos y promociones especiales. Se hicieron gestiones de cambio productos próximos a vencer con Droguería Integral (Ofisol).</p> <p>Ejecutado a través de la propuesta de arrendamiento de local en Barrio San Miguelito para abrir una sucursal de las que tienen "cierre temporal" y fue autorizado por Consejo Directivo en NOVO19.</p>

Elaborado por: 
 Licda. Kochill Avejar de Estrada
 Gerente Comercial




 MAF Edgar Alvaivero Santos
 Gerente General




**CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL**


PERIODO: Octubre, Noviembre, Diciembre Año 2019

**GERENCIA: COMERCIAL
AREA : VENTAS CORPORATIVAS**

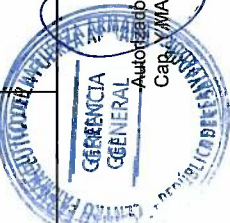
No.	OBJETIVOS/PROPOSITOS	No.	ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN TRIMESTRAL	OBSERVACIONES
1	Planificar, Organizar y apoyar al alcance de metas de venta de las Sucursales de CEFARFA, mediante la fidelización de nuevos clientes corporativos	1	Elaborar el Plan de Trabajo Abril, Mayo Junio	Informe	1	1	100%	Se realizó conforme a lo programado
		2	Verificar que se cumpla la proyección de ventas de trimestre Abril, Mayo, Junio		1	1		
		3	Verificar cumplimiento del Plan de Trabajo 2019 del Departamento de Ventas Corporativas		1	1		
2	Reforzar la atención a clientes corporativos mediante la atención personalizada, ventas comerciales con clientes frecuentes, temporales o permanentes.	1	Elaboración de cotizaciones a precios competitivos a clientes corporativos	Cotización	62	62	242%	Se realizó conforme a lo programado y más (ejemplo de nuevos: American Park, Hospital Cáder, Centro Médico de Santa Ana, Banco Central de Reserva, C.SJ., Misiones de Paz Contingente que saldrá en Dic, BFA.)
		2	Monitoreo constante de los medios de comunicación escritos o electrónicos para la participación en licitaciones en cualquiera de sus modalidades.		3	63	630%	
		3	Realizar visitas o llamadas a diferentes empresas e instituciones gubernamentales para fidelizarlos mediante convenios.	Bitácora de seguimiento	1	15	150%	
		4	Gestionar el seguimiento a los clientes corporativos de convenios institucionales.		1	3	300%	
3	Crear una imagen institucional que permita que los clientes corporativos se identifiquen con la marca y perciban a la empresa como dispensadora de medicamentos de calidad y abierta al público en general.	1	Envío de material de apoyo publicitario para Clientes Corporativos	Correos y Carpeta Ejecutiva	1	30	300%	Se realizó conforme a lo programado y más, ya que se enviaron carpetas ejecutivas y correos a clientes corporativos
		2	Realizar actividades institucionales que fomenten la identidad corporativa.	Informe de Actividad	3	4	133%	



 DELEGADO EN JEFE
 Sr. Carolina Cañas Suárez
 Jefe de Ventas Corporativas



 Revisó:
 Lic. Gladys Kochiti, Avelar de Parada
 Gerente Comercial



 Autorizado:
 Cap. VMAF Edgar Moisés Alva yro Santos
 Gerente General



CENTRO FARMACÉUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: OCT - DIC 2019

GERENCIA: COMERCIAL
 ÁREA: ABASTECIMIENTO
 PERIODO: 2019

N°	OBJETIVOS	No.	ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	META EJECUTADA	% DE EJECUCIÓN	OBSERVACIÓN
1	Planificar, ejecutar y dirigir las actividades del Departamento de Abastecimiento	1	Verificar cumplimiento del Plan Operativo 2019.	Informe	1	1	100%	
		2	Actualización y mejora de manuales de procesos internos del Departamento de Abastecimiento.	Manual Actualizado	1	0		No se actualizó debido a que debe estar acorde a la nueva política comercial y al nuevo sistema informático, los cuales están en proceso de implementación.
2	Ejecución y seguimiento de procesos de abastecimiento	1	Elaborar informes de Recepción de las compras de mercadería recibida a los proveedores.	Reporte de ingreso	900	564	63%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		2	Ejecutar ingresos por bonificación, por producto fuera de órdenes y solicitudes de compra	Reporte de ingreso	6	6	100%	
		3	Codificación de productos con código de barra, por ingresos por compras locales	Rollos x 1000 viñetas	6	6	100%	
		4	Ejecutar los controles de salidas de mercadería de Bodega General (a sucursales)	N/Remisión revisada	3000	2101	70%	Hubo una disminución según lo proyectado.
		5	Ejecutar anulación de notas de remisión por errores en el proceso de ambas bodegas.	N/Remisión	60	69	115%	Hubo un aumento debido a que algunos proveedores se presentaron a retirar vencidos después del mes que corresponde.
		6	Seguimiento de mercadería remisionada por sucursal	Reporte de envíos	3	3	100%	
3	Ejecución y seguimiento de procesos de devolución	7	Seguimiento de volumen y paquetería en envíos de mercadería hacia sucursales	Reporte de envíos	3	3	100%	
		8	Control de inventarios de bodega general para la identificación de mercadería con diferencias.	Reporte	1	1	100%	
		1	Ejecutar las devoluciones a los proveedores, de toda mercadería próxima a vencer según políticas vigentes.	N/Remisión	225	156	69%	Disminuyó debido a un mejor control de existencias en sucursales.
		2	Remitir mercadería a Sucursales por estar fuera de política.	N/Remisión	81	25	31%	Disminuyó debido a un mejor control de existencias en sucursales.
		3	Ejecutar los controles de ingresos de mercadería a Bodega 27	N/Remisión	600	611	102%	
		4	Ejecutar las devoluciones de mercadería a domicilio a los proveedores.	N/Remisión	12	10	83%	Disminuyó debido a un mejor control de existencias en sucursales.
5	Ejecutar ingresos por pago, a notas de remisión por devolución a proveedores.	Reporte de ingreso	45	62	138%	Hubo incremento debido a que los proveedores están haciendo canjes por los productos que se devuelven		
6	Reporte de seguimiento de bodega 27	Reporte de bod 27	3	3	100%			

Elaborado por: 
 Gerente Comercial de Bodega

Revisado: 
 Gerente Comercial



Cap y MAC Edgar Alvayero
 Gerente General



CENTRO FARMACEUTICO DE LA FUERZA ARMADA
PLAN OPERATIVO ANUAL
EVALUACION DE SEGUIMIENTO TRIMESTRAL
PERIODO: OCT - DIC 2019



DEPARTAMENTO: MERCADERO
 GERENCIA: COMERCIAL

No.	Objetivo	Actividad	Unidad de medida	Meta programada	Meta ejecutada	% de ejecución	Observación
1	Planificar y ejecutar actividades del Departamento de Mercadeo	1	Documento	1	1	100%	Se encuentra listo en POA 2020
		2	Documento	2	2	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		3	Documento	1	1	100%	Ejecutado de Acuerdo a lo Planificado.
		4	Documento	3	3	100%	Se realizó sondeo de competencia y se implementó "Oferton" en Sucursales con menos venta.
2	Proyectar la marca CEFAFA, a través de diferentes medios publicitarios para impulsar un posicionamiento de marca a nivel nacional	1	Requisición	1	1	100%	Se realizó compra de pautas en TV con canal 21.
		2	Solicitud de Cheque/Pago electrónico	3	3	100%	Cada mes de realizó pago de pautas en Facebook e Instagram.
3	Posicionar la marca a través de actividades POP que abonen a la campaña de medio masivos y alternativos	1	Documento	3	3	100%	Se apoya en las jornadas corporativas, dependiendo de las que programe dicho departamento.
		2	Documento	3	3	100%	Se realizó promoción del Mes contra el Cáncer de mama, Black Weekend y de 35 aniversario.
		3	Requisición	1	1	100%	Se realizó compra de artículos promocionales como agendas y calendarios.
		4	Documento	3	3	100%	Cada mes se realiza la calendarización de activaciones, impulsaciones y jornadas que se realizarán en las salas con apoyo de los diversos laboratorios y proveedores.
4	Apoyar la presencia de marca con la imagen comercial del CEFAFA	1	Documento	1	1	100%	Se inició el proceso de compra de Rótulos para Sucursal San Miguelito.
		2	Documento	1	1	100%	El departamento de mercadeo apoya a las salas con perifoneo local aprovechando las fechas que se cuenta con jornada, así mismo se llevó a cabo "Jornada FIT" de aerobics en Santa Ana y Evento de Dona tu Cabello.
4	4	Requisición	1	1	100%	Se realizó la compra de rótulo de Sucursal EMCEFA y BESM y se instaló todo de Sucursal Ilopango.	



Abigail Quijada Valderon
 ABIGAIL QUIJADA VALDERON
 LICENCIADA
 JEFE DE MERCADERO

